

C&S, VOL. 40, N. 2, MAIO-AGO. 2018

Editorial

Esta segunda edição do volume 40 da *Revista Comunicação & Sociedade* é a primeira, em quatro décadas, sem a presença física do nosso professor José Marques de Melo, morto em junho deste ano, fundador desta publicação e do próprio Programa de Pós-Graduação em Comunicação (Pós-Com), da Universidade Metodista de São Paulo. Por isso a produção deste número foi difícil – obviamente pela tristeza da perda e do luto – mas ao mesmo tempo, alentadora – por representar a possibilidade de continuidade de seu trabalho. De qualquer maneira, não deixa de ser especial.

E justamente por marcar essa passagem, nos mobilizamos para que a criação homenageasse o criador. A partir desta edição, abrimos uma série de entrevistas com pesquisadores latino-americanos que, acreditamos, colaboram na luta pelo desenvolvimento do campo científico da Comunicação na América Latina e sua integração, sem dúvida, um dos grandes legados de Marques de Melo. Assim, a entrevista inicial foi feita com o argentino Gustavo Cimadevilla, diretor do programa de Doutorado em Ciências Sociais da Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC) e que, recentemente, assumiu a presidência da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), cargo que ocupará até 2020.

Sobre os artigos, foram reunidos dez nesta edição que, por sua variedade temática, pensamos que contribuem não só para a difusão do conhecimento científico, mas para a reflexão pluralista a respeito de Comunicação. O primeiro deles é *Comunicação, interação e mediação via computador em contextos organizacionais*, de Isaura Mourão (Universidade Federal do Rio Grande do Sul), que busca refletir sobre o potencial das mídias sociais digitais como espaço de interação entre a sociedade e as organizações, considerando a circulação da informação, a controvérsia e o debate social. O segundo é assinado por Joana Angélica Pellerano (Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo), intitulado *Cozinha na TV: A evolução estética da programação, sua longevidade e êxito*, tem como objetivo principal refletir acerca da transformação pela qual passaram os programas de cozinha na televisão, apontando algumas diferenças estéticas e a forma como elas refletem estruturas de sentimento específicas.

O terceiro trabalho publicado neste número, trata de uma temática contemporânea. *Narcos, estratégias de Publicidade e Propaganda* – de Jaqueline Esther Schiavoni (Universidade Estadual Paulista) – se vale da teoria das modalidades desenvolvida no âmbito da semiótica francesa para explicitar algumas das estratégias presentes em material promocional do Netflix, a fim de promover a primeira temporada da série, que conta a história de Pablo Escobar, interpretado pelo ator Wagner Moura. O quarto artigo também segue temática atual, especialmente se tratando de período pós-eleitoral no Brasil. Com o título *A presença social dos deputados federais do Grande ABC no Facebook*, Arquimedes Pessoni e Rita

de Cássia Donato dos Santos (Universidade Municipal de São Caetano do Sul) propõem uma reflexão a respeito da comunicação política na cibercultura, discorrendo sobre o uso das redes sociais nas campanhas eleitorais de candidatos do ABC paulista.

Interações jornalísticas, do senso comum ao saber científico, produzido por João Francisco Hack Kamradt (Universidade Federal de Santa Catarina), é o quinto artigo desta edição. A proposta geral do autor é partir da teoria fenomenológica desenvolvida por Schutz para estudar a criação da imagem de um evento e sua aproximação com a realidade. Nessa mesma linha de epistemologia está o próximo trabalho, *A comunicação pública da ciência e as relações com as expertises*, uma produção conjunta de Cintia Almeida da Silva Santos, Samara Pereira Tedeschi e Wanda Aparecida Machado Hoffmann (Universidade Federal de São Carlos). Após análises e discussões efetuadas, as autoras reforçam a importância da publicação de trabalhos para a comunicação pública da ciência, por se tratar de um mecanismo de integração entre categorias e não de segregação.

Os sétimo e oitavo artigos são, respectivamente, *Jornais brasileiros de circulação nos Estados Unidos e sua representação na construção da identidade brasileira em território norte-americano*, uma parceria de Franco Dani Araújo e Pinto e Sueli Siqueira (Universidade Vale do Rio Doce), e *Educação para mídia em escolas marginalizadas: transformando aulas de Língua e Literatura*, elaborado em conjunto por Alexandra Bujokas de Siqueira (Universidade Federal do Triângulo Mineiro) e Danilo Rothberg (Universidade Estadual Paulista). O primeiro tem como objeto de estudo os títulos *Brazilian Times* e *Brazilian Voice*, produzidos por e para

imigrantes brasileiros nos EUA; já o segundo relata o resultado de experiência empírica, que desenvolveu e testou estratégias de mídia-educação em uma escola de ensino médio brasileira.

Fecham a edição os artigos *Jornalismo e práticas publicitárias nas representações socioculturais da saúde e da doença em uma perspectiva histórica*, de Carlos Eduardo Franciscato (Universidade Federal de Sergipe) e Arthur Leonardo Roeder (Universidade Tiradentes – Sergipe), e *Rádio e convergência midiática em contextos populares rurais*, assinado por Daniel José do Nascimento Ferreira e Maria Salett Tauk Santos (UFRPE – Universidade Federal Rural de Pernambuco).

Não poderíamos encerrar o presente texto sem agradecer aos autores, pelo envio e submissão dos artigos, aos pareceristas, pelas criteriosas avaliações, aos alunos do Pós-Com da Universidade Metodista, que de forma gentil e voluntária se dispõem a ajudar nos trâmites para a publicação, e aos funcionários e colaboradores envolvidos. Nosso carinho e muito obrigada, sempre.

Equipe editorial.